

65
ROCH
VSPOMINAK



POLTAVA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND TRADE

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIX Міжнародної наукової конференції
студентів та аспірантів
(м. Полтава, 23 квітня 2026 року)



Полтава
2026

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

*Присвячено 65-й річниці
Полтавського університету
економіки і торгівлі*

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
XLIX Міжнародної наукової конференції
студентів та аспірантів

(м. Полтава, 23 квітня 2026 року)

**Полтава
ПУЕТ
2026**

УДК 001:378.014.61"20"(477.53)(082)

A43

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавського університету економіки і торгівлі ЗАБОРОНЕНО

Видано відповідно наказу по університету № 11-Н від 28 січня 2026 року.

Організаційний комітет конференції

Голова організаційного комітету – **Н. С. Педченко**, д-р екон. наук, професор, перший проректор.

Заступник голови організаційного комітету – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу.

Члени організаційного комітету:

Ю. С. Матвієнко, канд. пед. наук, проректор з науково-педагогічної роботи;

С. В. Гаркуша, д-р техн. наук, професор, в. о. директора Навчально-наукового інституту міжнародної освіти;

О. В. Гасій, канд. екон. наук, доцент, директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти;

Т. П. Гудзь, д-р екон. наук, професор, директор Навчально-наукового центру підготовки кадрів вищої кваліфікації;

С. І. Нестуля, д-р пед. наук, професор, директор Навчально-наукового інституту лідерства;

Ю. В. Перегуда, директор Міжнародного науково-освітнього центру;

А. С. Ткаченко, д-р техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти;

Л. С. Франко, канд. екон. наук, директор Полтавського фахового коледжу Полтавського університету економіки і торгівлі;

В. Л. Шимановська, директор Навчально-наукового інституту заочно-дистанційного навчання;

Д. С. Семикоз, начальник відділу мультимедійного забезпечення;

М. О. Двірник, голова Студентської ради університету;

С. О. Дудник, голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених;

Д. А. Посполітак, голова Наукового товариства студентів.

Редакційна колегія

Головний редактор – **О. О. Нестуля**, д-р іст. наук, професор, ректор.

Заступник головного редактора – **Н. С. Педченко**, д-р екон. наук, професор, перший проректор.

Відповідальний секретар – **Н. І. Манжура**, завідувач науково-організаційного відділу.

Відповідальний редактор – **Л. М. Діденко**, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу.

А43 **Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті: тези доповідей XLIX Міжнародної наукової конференції студентів та аспірантів (м. Полтава, 23 квітня 2026 р.).** – Полтава: ПУЕТ, 2026. – 1232 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-490-1

Збірник містить тези доповідей XLIX Міжнародної наукової конференції студентів та аспірантів. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу зосереджено на висвітленні результатів наукових досліджень у різних галузях науки та якості вищої освіти.

УДК 001:378.014.61"20"(477.53)(082)

*Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.*

ISBN 978-966-184-490-1

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2026

<i>А. М. Федоренко</i> Комунікація як важлива навичка ефективного лідера.....	500
--	-----

СЕКЦІЯ 10. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

<i>М. І. Байшев</i> Штучний інтелект в маркетингу: загрози та можливості	504
<i>О. О. Деркач</i> Інновації які впливають на вдосконалення маркетингової діяльності підприємства	506
<i>І. І. Добряк</i> Врачування особливостей міжнародного маркетингу для підвищення конкурентоспроможності українських виробників.....	510
<i>М. С. Єрмейчук</i> Інновації в логістиці та їх вплив на зміну маркетингового управління ланцюгами постачання	513
<i>А. Ю. Закладний</i> Вплив мотивації на формування купівельної поведінки споживачів	516
<i>М. Колесніченко, Є. Ямбих</i> Сутність інноваційних моделей управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	519
<i>Р. А. Косенко</i> Методичні підходи до ринкового адміністрування освітнього хабу.....	522
<i>С. А. Косенко</i> Маркетингові технології просування на ринок освітніх послуг.....	526
<i>К. О. Кучка</i> Особливості позиціонування крафтових брендів в Україні.....	530

3. Міжнародний маркетинг: розширюємо горизонти торгівлі. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/mizhnarodnij-marketing-rozshirjuiemogorizonti-torgivli/> (дата звернення: 05.04.2026).
4. Український бізнес за кордоном: як українські бренди виходили на міжнародні ринки. URL: https://sitniks.ua/blog_post/ukrayinskyj-biznes-za-kordonom-yak-ukrayynski-brendy-vyhodyly-na-mizhnarodni-gynky/ (дата звернення: 05.04.2026).
5. Трайно В. М. Перспективи розвитку міжнародного маркетингу в Україні / О. В. Уразка, В. М. Трайно // Актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства : тези доп. XLII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2018 рік (м. Полтава, 26–27 березня 2019 р.) : у 2 ч. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – Ч. 2. – С. 174–176. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/8750>.
6. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія / за наук. ред. Н. В. Карпенко). – Полтава : ПУЕТ, 2021. – Ч. 2. – 344 с. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13366>.
7. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : колективна монографія / за заг. ред. Карпенко Н. В. – Київ : ЦУЛ, 2016. – С. 165–17. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6730>.

ІННОВАЦІЇ В ЛОГІСТИЦІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЗМІНУ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ

М. С. Єрмейчук, студент спеціальності Маркетинг, група Мб-31

*А. М. Захаренко-Селезньова, старший викладач кафедри маркетингу – науковий керівник
Полтавський університет економіки і торгівлі*

Сучасний етап розвитку ринкових відносин формується та розвивається під впливом інформаційно-інноваційних процесів які охоплюють сферу логістики що стрімко розвивається з урахуванням викликів сьогодення.

Економічна система України формується твердо тримаючи курс на підвищення прибутковості та зниження загальних витрат

в критичних умовах військового стану і орієнтуючись на ефективне управління ланцюгами постачання [5, 6].

З урахуванням впливу «Індустрії 4.0» на сучасні тенденції розвитку світового та вітчизняного ринку, необхідно брати до уваги наскільки міцну вагу мають інновації в логістиці.

З початку 2022 року логістика в нашій країні відіграє критичну роль, що дозволяє адаптувати швидкий розвиток технологій до постійної трансформації підходів щодо маркетингового управління ланцюгами постачання.

Логістична галузь швидко змінюється під впливом технологічних інновацій формуючи нові можливості для вдосконалення бізнес-процесів. Інновації в логістиці не тільки трансформують способи доставлення та зберігання товарів, але і цілком переосмислюють принципи маркетингового управління ланцюгами постачання [1, 3].

Використання інновацій у логістиці постає важливим фактором здобутків та можливостей оптимізації процесів на всіх етапах ланцюга постачань, що забезпечує автоматизацію рутинних операцій та суттєво скорочує операційні витрати [4].

Технологічне середовище логістики стрімко еволюціонує, залучаючи більш оптимальні рішення для вдосконалення бізнес-процесів.

Теперішні технологічні тренди в логістиці містять велике коло інноваційних інструментів та методів які впливають на зміну маркетингового управління ланцюгами постачання. Актуальні базові інноваційні технології які окреслюють майбутнє логістичної галузі України розглянемо на рис. 1.

Інноваційні технології докорінно змінюють логістичну галузь, розгортаючи перед логістичними підприємствами нові простори ефективності. Кожна із перелічених тенденцій має можливості суттєво вдосконалити традиційні процеси маркетингового управління ланцюгами постачання.

Основні труднощі які виникають під час застосування інновацій в логістиці це:

- висока вартість початкових інвестицій;
- технічні проблеми інтеграції інновацій з існуючою ІТ-інфраструктурою логістичного підприємства;
- кібербезпека;
- навчання персоналу.

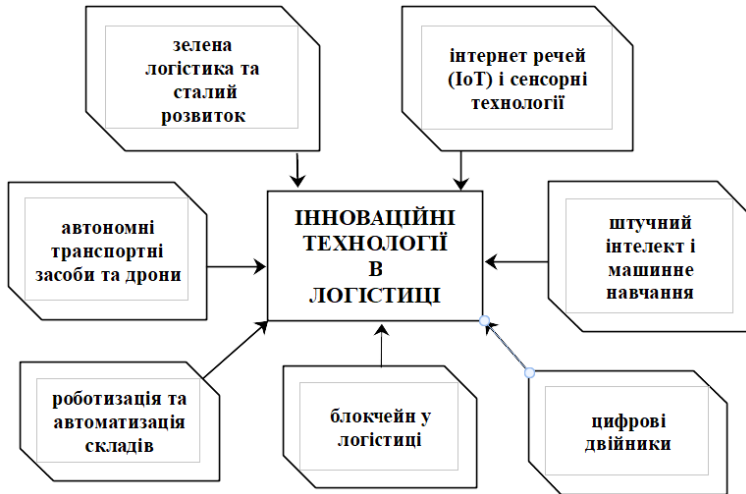


Рисунок 1 – Інноваційні технології в логістиці

Джерело: розроблено автором за результатами проведеного дослідження.

Застосування інновацій в логістиці потребує стратегічного мислення та гнучкості в адаптації до сучасних викликів в економічному середовищі [2]. Зміна маркетингового управління ланцюгами постачання під впливом інновацій в логістиці надає логістичному підприємству значну перевагу у конкурентній боротьбі за гарантує плідність у майбутньому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бортнік А., Мільчева В. (2025). Інтеграція маркетингу та логістики в рамках сучасних бізнес-процесів. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки (4). URL: <https://surl.lt/mfbjgx> (дата звернення: 07.04.2026).
2. Захаренко-Селезньова А. М., Ачкасова М. Д. Маркетингова логістика в умовах війни Розвиток сучасної науки. Актуальні питання теорії та практики : матеріали V Всеукраїнської студ. наук. конф., м. Тернопіль, 19 квітня 2024 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». – Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп». С. 29–30. URL:

<https://go-vropejska.esclick.me/1XAgYGvP7QtgVOQOuk> (дата звернення: 07.04.2026).

3. Захаренко-Селезньова А. М. Особливості маркетингової логістики під час війни / SCIENTIFIC RESEARCHES AND METHODS OF THEIR CARRYING OUT: WORLD EXPERIENCE AND DOMESTIC REALITIES : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. Вінниця, Відень 2023. С. 110–112. URL: <https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/issue/view/17.02.2023/12>.
4. Павлюк Т. С., Полусмяк Ю. І., Зенкіна Р. Ю. (2024) Логістика інновацій: швидка реакція на мінливий попит. Управління змінами та інновації. (12), URL: https://www.researchgate.net/publication/388840314_LOGISTIKA_INNOVACIJ_SVIDKA_REAKCIA_NA_MINLIVIJ_POPIT (дата звернення: 07.04.2026).
5. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія / за наук. ред. Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2021. Ч. 2. – 344 с. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13366>.
6. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : колективна монографія / за заг. ред. Карпенко Н. В. – Київ : ЦУЛ, 2016. – С. 165–17. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6730>.

ВПЛИВ МОТИВАЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ КУПІВЕЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

А. Ю. Закладний, студент спеціальності Маркетинг, група М б-11

В. М. Трайно, канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Поведінка споживачів є складним і багатогранним явищем, яке досліджується у межах маркетингу, психології та економіки. Вона відображає дії людини, спрямовані на вибір, придбання та використання товарів і послуг для задоволення власних потреб. Одним із ключових чинників, що визначає цю поведінку, є мотивація.

Мотивація – це внутрішній процес, який спонукає людину діяти певним чином. Вона виникає внаслідок незадоволеної потреби та спрямована на її задоволення. У контексті споживчої поведін-

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ
НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ
ОСВІТИ У ХХІ СТОЛІТТІ**

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLIX Міжнародної наукової конференції
студентів та аспірантів

(м. Полтава, 23 квітня 2026 року)

Дизайн обкладинки *О. В. Семенко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 71,6.
Зам. № 417/2304.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.